הרחבת סמכויות האכיפה בדיני הגנת הצרכן – מבולבלים?

**מבוא**

בשנים האחרונות אנו ערים להתעוררות רבה בכל הקשור בדיני הגנת הצרכן. אם בתחילת הדרך, הבקרה והאכיפה נגד חברות ובתי עסק מפרים היו באמצעות הגשת תביעות קטנות ו/או בקשות לאישור תובענה כייצוגית, הרי שהיום, לאחר הסדרת דברי חקיקה צרכניים מקיפים, וחלקם אף מרחיקי לכת, ניתנו כוח וכלי אכיפה משמעותיים לציבור הצרכנים והרשות להגנת הצרכן והסחר ההוגן, אשר הפכה מעוד רשות ממשלתית לרשות אוכפת אמיתית, ונראה כי עוד ידה נטויה. אך האם החקיקה הרחבה והאכיפה המכבידה הן אכן מהלך נבון ויעיל לכל הצדדים?

ראשית, אין עוררין כי חקיקה צרכנית הינה דבר מבורך. ישנם פערי כוח ברורים בין הצרכן לעוסק, הנובעים מעצם החזקת המידע המלא בידי בתי העסק והחברות, אל מול אותו צרכן, אשר מבקש שקיפות והגינות, על מנת לקבל את ההחלטה הצרכנית הנכונה והכלכלית ביותר עבורו. אין כל מחלוקת, כי המערכת המשפטית מבקשת לייצר איזון בעולם של תחרות בין החזק לחלש, ולהעניק את ההגנה לצרכן וההגינות המסחרית באמצעות מערכת דינים ברורה ומקיפה.

עובדות אלה עמדו לנגד עיני המחוקק אשר בשורה של דברי חקיקה צרכניים בשנים האחרונות, פעל להוספת תיקונים לחוק הגנת הצרכן והתקנות מכוחו, כמו גם התקנת תקנות חדשות הנוגעות למגוון רחב של אירועים צרכניים, לרבות הגבלת זמן ההמתנה לטכנאי והטלת פיצוי כספי סטטוטורי בגין הפרה, אפשרות קבלת החזר כספי על פי תקנות ההחזר הכספי אשר שינוי את פני עולם "ההחזרות", הארכת תוקף הזיכויים וכן הגבלת ההחרגות המופיעות על גבי תווי קניה וכרטיסי מתנה אשר שינו את כללי הנפקתם, קביעת כללי סימון מוצרים ויחידות מידה, שקיפות המחירים ברשתות המזון, ואף התיקון לחוק הבזק (הידוע בכינויו "חוק הספאם") המגביל את דרך הפניה באמצעים אלקטרוניים (דוא"ל, מסרונים וכיוב’) ומחייב מתן אפשרות הסרה מרשימות תפוצה. כל אלו מעידים על המגמה ההולכת ומתגברת בשוק הקמעונאי – צרכני בישראל המעניקה כוח רב לציבור הצרכנים ומאזנת את מערך הכוחות ביחסי עוסק - צרכן.

**תיקון 39 לחוק הגנת הצרכן**

בתחילת הדרך, כאמור, ועד היום, אופן הטיפול הצרכני בהפרת דיני הגנת הצרכן היה באמצעות הגשת תביעות קטנות ו/או בקשות לאישור תובענות כייצוגיות נגד בתי עסק. בשנת 2014 בלבד, הוגשו למעלה מ – 1,200 בקשות לאישור תובענות כייצוגיות, כשני שליש מהם בנושאים צרכניים, כאשר רובן מסתיימות בהסדרי הסתלקות או פשרה, הכוללים "תשלומי כופר" לכאורה על ידי בית העסק, שלא מעוניין בניהול הארוך והיקר של התובענה, הן ברמה הכספית והן ברמת סיכון המוניטין, וזאת אף אם התובענה מוערכת כלא מוצדקת וטורדנית. למותר לציין, כי המרוויחים הגדולים מתובענות אלו אינם הצרכנים ולבטח לא בתי העסק – אלא עורכי הדין. תופעה זו מעידה על ניצול החקיקה הרחבה העלול להדיר את רגליהם של בתי עסק מהשוק הקמעונאי, ודומה כי לא זו היתה כוונת המחוקק.

אם לא די בכך, ביום 1 בינואר 2015 נכנס לתוקפו תיקון 39 לחוק הגנת הצרכן, שהינו תיקון משמעותי, אם לא המשמעותי ביותר של החוק, המרחיב את סמכויות הפיקוח והאכיפה של הממונה על הרשות להגנת הצרכן והסחר ההוגן למסלול אכיפה מנהלי, המאפשר, בין היתר, הטלת עיצומים כספיים על חברות ובתי עסק אשר יעברו על חוק הגנת הצרכן ותקנותיו, כאשר בגין כל הפרה בודדת ניתן להטיל על תאגיד מפר עיצום כספי הנע בין סך של 22 אלף ש"ח עד לסך של 33 אלף ש"ח (הפרה בנסיבות מחמירות), ועל עוסק בודד עיצום כספי הנע בין סך של 7,000 ש"ח עד לסך של 10,500 ש"ח. סמכויות אלו מתווספות לסמכויות החקירה והגשת כתבי אישום פליליים של הממונה נגד חברות ובתי עסק אשר הפרו את החוק, אך הן רחבות לאין שיעור, שכן אינן מחייבות כל פניה מקדימה לבית משפט. שינוי זה מחייב ומצריך מכל בית עסק התייחסות עניינית ומעמיקה בכל הקשור לקיום הוראות חוק הגנת הצרכן ותקנותיו.

**מאז כניסתו לתוקף של תיקון 39 האמור בינואר 2015 ועד היום, הטילה הרשות להגנת הצרכן והסחר ההוגן עיצומים כספיים בסכומים פנטסטיים המגיעים לסך כולל של לא פחות מ – 16 מיליון ש"ח! עיצומים בולטים שהוטלו ברשתות מזון שונות היו 500 אלף ש"ח על רשת המזון "רמי לוי שיווק השקמה", 666 אלף ש"ח על רשת המזון "ויקטורי", 440 אלף ש"ח על רשת המזון החרדית "נתיב החסד" ו – 343 אלף ש"ח על רשת המזון "ברקת", כולם בביקורות פתע יזומות של הרשות ובגין אי סימון מחירים או אי התאמה בין מחירי המדבקה על המוצרים לבין המחירים המופיעים בקופה.**

הרשות הוכיחה כי היא אינה חוששת והיא מפעילה את כלי האכיפה אשר ניתן לה באופן תקיף ובלתי מתפשר, ומתעוררות שאלות רבות בדבר מידתיות הטלת אמצעי האכיפה, והאם קיימות אמות מידה ברורות עת שולחת הרשות להגנת הצרכן את המפקחים לבצע את אותן ביקורות ולהטיל את העיצומים הכספיים.

לאור הרחבת כלי האכיפה האמורים, והטלת העיצומים הגבוהים לאין שיעור, לא ניתן שלא לשאול האם המטרה אכן מקדשת את האמצעים? האם רפורמת החקיקה האמורה אכן משרתת את הצרכן בהגנתו מפני ניצול חולשתו לכאורה או שמא יוצרת הכבדה ובלבול רב, הן אצל הצרכן והן אצל חברות ובתי העסק, העסוקים כל היום בניסיונות הבנה והתאמה של חקיקת הטלאים, ובחשש מפני תובענות ייצוגיות והליכים מנהליים ופליליים של רשות הגנת הצרכן והסחר ההוגן.

בדיון שנערך בועדת הכלכלה של הכנסת ביום 24 ביוני 2015, בקשר עם הטלת העיצומים הכספיים כאמצעי אכיפה על ידי הרשות להגנת הצרכן, התעוררו שאלות אלו על ידי העוסקים השונים, אשר דרשו מהרשות להגנת הצרכן, ובעיקר מחברי הועדה, לחייב את הרשות להגנת הצרכן לפרסם את הכללים על פיהם פועלת הרשות בבואה לאכוף את החוק. כדברי יו"ר ועדת הכלכלה, ח"כ איתן כבל, כלי האכיפה הינו כלי חשוב ומרכזי בכל נושא הרגולציה והפיקוח, אך יחד עם זאת יש מקום ל"שכל ישר" ואמות המידה על פיהן פועלת הרשות בבואה להפעיל את האכיפה אינן יכולות להיות "אמות מידה של גחמה". תיקון 39 אושר ונכנס לתוקפו, ותקיפתו כעת לא תוביל את העוסקים לשום מקום. יחד עם זאת, הרשות אינה יכולה לנהוג כ"שריף בעיר" ולהבהיר מהי אותה מדיניות סדורה וברורה עליה הצהירו במהלך הדיון בועדת הכלכלה, על מנת לאפשר לעוסקים השונים את מידת הוודאות הנדרשת טרם כניסתם לעולם העיצומים, וזאת מבלי להכשיר, כמובן, הפרות של הוראות החוק.

התחייבויות שניתנו על ידי הממונה על הגנת הצרכן לפרסום הכללים לפיהם פועלים ברשות להגנת הצרכן בקשר עם הטלת העיצומים הכספיים נותרו מן הפה לחוץ ועד היום לא פורסמו, זאת גם לאחר שחוייבה לעשות כן על ידי יו"ר ועדת הכלכלה, ח"כ כבל, בסיומו של אותו דיון סוער.

**סיכום**

**סמכויות האכיפה אשר ניתנו לממונה על הגנת הצרכן מכוח תיקון 39 מייצרות חשיפה משפטית לא מבוטלת לבתי עסק, והיכולת להתגונן מפניה מבלי להיכנס לעומקם של הכללים המחייבים – הינה מצומצמת. יתרה מכך, בהיעדר פרסום של מדיניות ברורה וסדורה על ידי הרשות להגנת הצרכן בדבר אופן הטלת אמצעי האכיפה על בתי עסק, חשיפה זו רק הולכת וגדלה. נכון יעשה כל בית עסק, אם ייערך מבעוד מועד, ויפעל להכנת תכנית אכיפה למניעת הפרות חוק הגנת הצרכן על תקנותיו, והטמעתה בבית העסק כחלק בלתי נפרד מתהליכי העבודה היומיומיים, ויצירת ודאות ככל הניתן בניהולו של בית העסק אל מול הרגולציה מחד ומול הצרכן ושביעות רצונו מאידך.**

\* עו"ד יפעת ניר כץ שותפה במחלקת חברות ושוק ההון במשרד זיסמן אהרוני גייר ושות', ומתמחה בדיני צרכנות.

\*\* אין לראות באמור לעיל משום ייעוץ משפטי ו/או תחליף לייעוץ משפטי, ו/או חוות דעת משפטית. בכל מקרה יש להתייעץ עם עו"ד מוסמך על מנת לקבל ייעוץ המותאם לנסיבות המיוחדת ולנתוני המקרה הספציפי וכל מקרה יש לבחון לגופו. אין בכתבה זו כדי ליצור יחסי עו"ד-לקוח בין הקוראים לבין הכותב או המשרד.